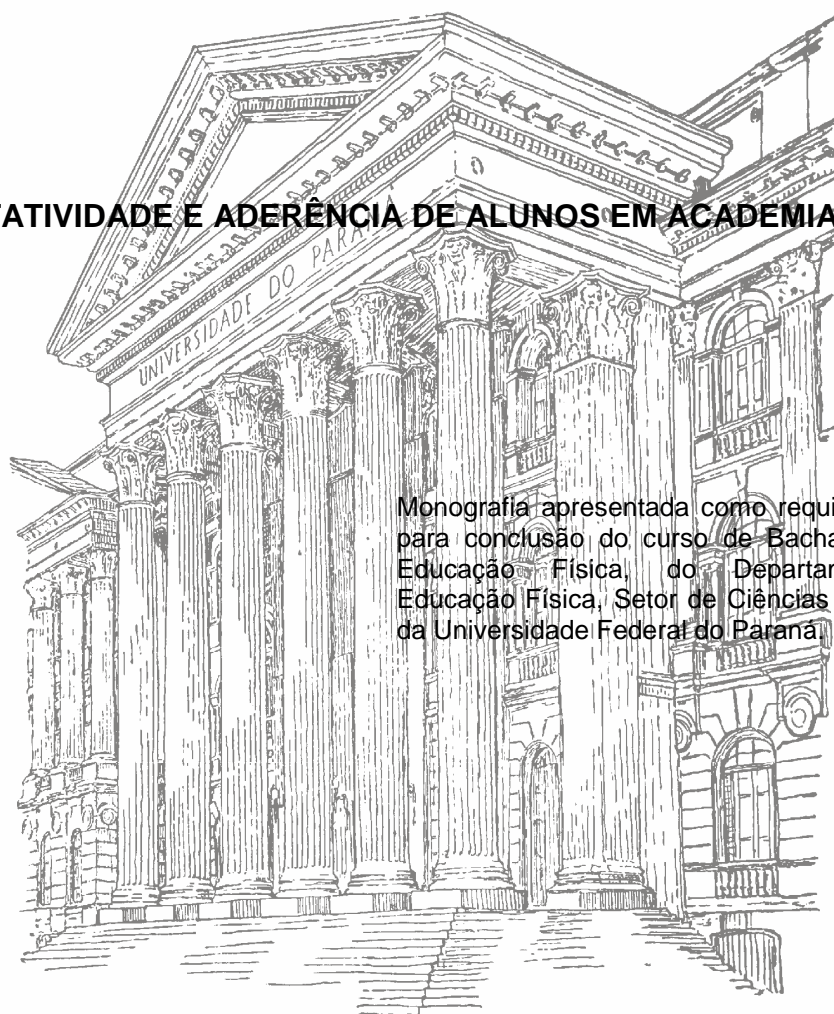


THYAGO CORRÊA VIANNA CIM

ROTATIVIDADE E ADERÊNCIA DE ALUNOS EM ACADEMIAS



Monografia apresentada como requisito parcial
para conclusão do curso de Bacharelado em
Educação Física, do Departamento de
Educação Física, Setor de Ciências Biológicas,
da Universidade Federal do Paraná

**CURITIBA
2007**

THYAGO CORRÊA VIANNA CIM

ROTATIVIDADE E ADERÊNCIA DE ALUNOS EM ACADEMIAS

Monografia apresentada como requisito parcial para conclusão do Curso de Bacharelado em Educação Física, do Departamento de Educação Física, Setor de Ciências Biológicas, da Universidade Federal do Paraná.

CURITIBA

2007

Orientador: Profº. Ms. Julimar Pereira

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus e a meus pais, Aymara Corrêa Vianna Cim e Célio Pedro Cim, meus apoios e principais fontes de motivação e perseverança na continuidade e conclusão deste estudo. Agradeço ao meu professor orientador, Julimar Pereira, pela confiança e apoio depositados ao longo de todo o desenvolvimento do trabalho monográfico. Também demonstro gratidão aos coordenadores, funcionários, estagiários e alunos das cinco academias frequentadas, que proporcionaram a realização desta pesquisa em seu ambiente de trabalho, ou responderam seus questionários prontamente e de forma interessada. Especificamente, gostaria de agradecer a alguns colegas graduados, graduandos, amigos ou estagiários, a seguir, Carlos André Paes, Deise Granville Furtado, Eloise Figueiredo de Freitas, Flávio Moisés de Araújo, Karina Praça Bialli e Tiago José Carvalho, que ajudaram na aplicação de alguns questionários e contribuíram para a conclusão da pesquisa de campo. Finalmente, um agradecimento sincero a todos aqueles que contribuíram positivamente de alguma forma no desenvolvimento e finalização deste estudo.

SUMÁRIO

RESUMO	IV
LISTA DE TABELAS	V
LISTA DE GRÁFICOS	VI
1 INTRODUÇÃO	01
1.1 Apresentação do Problema e Justificativa	01
1.2 Apresentação dos Objetivos	02
1.2.1 Objetivo Geral	02
1.2.2 Objetivos Específicos	03
2 REVISÃO DA LITERATURA	04
2.1 Academia	04
2.1.1 Histórico da Atividade Física	04
2.1.2 Infra-Estrutura da Academia de Ginástica	05
2.2 O Aluno e Suas Necessidades	07
2.2.1 Necessidades Primordiais	07
2.2.2 Bem-Estar e Aderência ao Exercício Físico	08
2.3 Gerenciamento da Academia	11
2.3.1 O Diferencial na Atração de Alunos	11
2.3.2 A Manutenção e Fidelização de Alunos	12
3 METODOLOGIA	16
3.1 População e Amostra	16
3.2 Instrumentos e Procedimentos	16
3.3 Tratamentos dos Dados e Estatística	18
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	19
4.1 Questionário 1 (Alunos “Novos”)	19
4.2 Questionário 2 (Alunos “Fiéis”)	30
5 CONCLUSÃO	40
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	42
ANEXOS	44

RESUMO

Levando-se em conta o número elevado de academias, o número esperado de alunos freqüentadores também é grande, e a base de rotatividade destes é de 50%, o que equivale a uma pessoa mudando uma vez a cada 5,7 meses. Ainda residem dúvidas sobre a retenção e fidelização de alunos nas academias, levando-se em conta o número reduzido de estudos e bibliografia específica sobre este assunto. Portanto, instalou-se o problema: quais são os fatores psicológicos e sociais que mais influenciam os alunos a entrarem ou saírem de uma academia de ginástica? Este estudo monográfico tem como principal objetivo analisar, através de um estudo de campo do tipo *survey*, os principais motivos que levam os alunos a entrarem, saírem ou trocarem de academia. Foram aplicados dois questionários distintos. O primeiro dirigido à amostra de 50 alunos, matriculados há menos de 3 meses, em 5 diferentes academias (10 em cada uma); e o segundo dirigido a outros 50 alunos das mesmas academias, matriculados há mais de 12 meses. Após a aplicação dos instrumentos de pesquisa, constatou-se que as maiores expectativas dos alunos “novos” em relação à academia residem na qualidade do atendimento (28% do total) e em alcançar seus objetivos (21%). Dentre estes objetivos, encontram-se a manutenção da saúde e bem-estar (33%), o emagrecimento (28%), o condicionamento (24%), entre outros. Quanto aos alunos considerados “fiéis”, os objetivos são basicamente os mesmos, porém a influência exercida pelos professores é definitiva na permanência deste grupo de alunos (98% dos questionados assinalaram “professores” como um fator que garante a sua freqüência na academia). Outros fatores também foram assinalados e comentados subjetivamente, como: os resultados obtidos (94% dos questionados); o ambiente psicológico e social da academia (90%); a limpeza e higiene de ambientes e aparelhos (82%) e a localização da academia (82%). Foram expostas as visões de alunos “novos” (matriculados há menos de 3 meses) e “fiéis” (matriculados há mais de 12 meses), comparando seus pontos de vista com a literatura pesquisada, afim de concluir quais os principais fatores que provocam a aderência destes alunos à prática constante da atividade física em academias. Dentre eles, analisou-se que prioritariamente os itens que atraem, mantém e levam os alunos a trocar de academia (caso estejam insatisfeitos com estes itens) são: o atendimento de professores e funcionários, a localização da academia, sua infra-estrutura, ambiente psico-social da academia, e os resultados obtidos pelos alunos com a prática da atividade física. Conclui-se verificando os resultados que tanto os alunos novos quanto os alunos antigos esperam atingir seus objetivos na academia, sejam estéticos, de saúde, sociais ou psicológicos. E o papel do gerente de academia é fornecer ao aluno um serviço de qualidade, com uma equipe de profissionais de Educação Física qualificada, além de um ambiente de treino agradável, aconchegante e descontraído, que possua infra-estrutura adequada e ótima higiene de ambientes e equipamentos.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Mês de ingresso de alunos novos na academia	19
Tabela 2 – Expectativas de alunos novos em relação à academia	20
Tabela 3 – Principal objetivo de alunos novos ao entrar na academia	21
Tabela 4 – Fatores que levaram os alunos novos a matricularem-se na academia	22
Tabela 5 – Frequência semanal dos alunos novos na academia	23
Tabela 6 – Modalidades praticadas pelos alunos novos na academia	24
Tabela 7 – Justificativa dos alunos novos para a prática das diversas modalidades	25
Tabela 8 – Classificação dos serviços oferecidos aos alunos novos	26
Tabela 9 – Serviços que não atingiram as expectativas dos alunos novos	28
Tabela 10 – Houve modificação de rotina na vida dos alunos novos?	28
Tabela 11 – Em caso afirmativo, quais foram <u>as</u> mudanças de rotina?	29
Tabela 12 – Faixa de idade dos alunos fiéis	30
Tabela 13 – Hábito de fumar em alunos fiéis	30
Tabela 14 – Estado civil dos alunos fiéis (casado ou solteiro)	31
Tabela 15 – Se casado(a), há acompanhamento por parte do(a) cônjuge?	31
Tabela 16 – Grau de instrução dos alunos fiéis	31
Tabela 17 – Há quanto tempo os alunos fiéis praticam exercícios físicos	32
Tabela 18 – Por que os alunos fiéis praticam exercícios físicos?	33
Tabela 19 – Fatores que garantem a frequência dos alunos fiéis na academia	34
Tabela 20 – Alunos fiéis já frequentaram outra academia?	38
Tabela 21 – Por que os alunos fiéis mudaram de academia?	38

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Fatores que levaram os alunos novos a matricular-se na academia	22
Gráfico 2 – Fatores que garantem a frequência dos alunos fiéis na academia	35

1 INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA E JUSTIFICATIVA

O ramo de academias de musculação e ginástica vem crescendo consideravelmente nos últimos anos, absorvendo cada vez mais profissionais de Educação Física. Estima-se que perto de 7000 academias estão ativas por todo o país, atendendo uma população altamente diversificada (PEREIRA, 2004).

Levando-se em conta o número elevado de academias, o número esperado de alunos freqüentadores também é grande, e de acordo com Balcombe (2005), a base de rotatividade dessa alta quantidade de alunos nas academias é de 50%, o que equivale a uma pessoa mudando uma vez a cada 5,7 meses, sendo que a quantidade da base de dados de ex-alunos (atletas ou não-atletas) que poderiam ser contatados e possivelmente rematriculados é de aproximadamente 50% no período de um ano.

Pode-se dizer, de acordo com o Procon SP (2006), que muitos são os fatores psicológicos e sociais que influenciam os alunos das academias a saírem de um estabelecimento e passarem a freqüentar outro, considerando que a oferta de serviços neste ramo cresce assustadoramente nos últimos anos. De acordo com Deschamps (2005), alguns destes fatores confirmados, são: a socialização, realização pessoal, melhora na estética, condicionamento físico e qualidade de vida e prazer na atividade física.

Porém, ainda residem dúvidas sobre a retenção e fidelização de alunos nas academias, levando-se em conta o número reduzido de estudos e bibliografia específica sobre este assunto, e gerando o problema: quais são os fatores psicológicos e sociais que mais influenciam os alunos a entrarem ou saírem de uma academia de ginástica?

As academias devem saciar estas necessidades psicológicas e sociais, proporcionando aos seus alunos a aderência ao exercício físico. Saba (2001, p.56) define aderência como “manutenção da prática de exercícios físicos por longos períodos de tempo, como parte da rotina dos indivíduos”.

De acordo com LEITE (1994), é de obrigação dos profissionais personalizar o atendimento, ao máximo possível. Não tratar os alunos das academias de modo genérico, como se fossem produzidos em série. É facilmente constatado que existem inúmeras academias, principalmente nas grandes cidades. Devido a essa enorme concorrência, é preciso que haja diferenciais para seus alunos, não oferecidos pelas outras academias (BAADE, 2003).

Desta forma, através da realização do estudo de campo com o objetivo de identificação destes fatores, e posteriormente da mudança de comportamento profissional no tratamento de seus alunos, transparece o real papel do profissional de Educação Física, provocando assim a diminuição da significativa rotatividade de alunos nas academias, controlando a falta de aderência aos programas de exercício continuados e introduzindo a prática de exercícios físicos regulares na vida dos indivíduos.

1.2 APRESENTAÇÃO DOS OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar, através de um estudo de campo do tipo *survey*, os principais motivos que levam os alunos a entrarem, saírem ou trocarem de academia, aumentando assim a rotatividade de alunos e diminuindo a aderência ou prática de exercícios físicos regulares.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Verificar a relação entre a aderência e a rotatividade de alunos nas academias.
- Relacionar os pontos principais ou diferenciais que mantém um aluno fiel à academia, ou ainda matriculado ininterruptamente por mais de um ano.
- Verificar as principais razões pelas quais os alunos recém matriculados (menos de três meses) saem ou trocam de academia, abandonando a continuidade na prática de exercícios físicos regulares.
- Apontar as necessidades e insatisfações manifestadas pelos alunos de academias de ginástica e musculação, que podem resultar na saída do aluno da academia.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 ACADEMIA

2.1.1 Histórico da Atividade Física

No tempo e no espaço variaram as formas de o homem realizar a atividade e o exercício físico, mudaram também os fins que buscava alcançar por meio deles. Atualmente, no âmbito do exercício físico, deve estar sempre presente em sua prática o conceito de *wellness*, termo que significa sentir-se bem, estar bem, satisfeito e motivado, com boa saúde, o que implica a manutenção da atividade física por um longo período de tempo. Segundo Saba (2001), a prática dos exercícios físicos vem da Pré-História, afirma-se na Antiguidade, estaciona na Idade Média e sistematiza-se nos primórdios da Idade Contemporânea.

Arelada à preocupação do homem moderno com as questões do corpo, e ao desenvolvimento do homem em todos os seus aspectos, na tentativa de superar uma condição anterior menos favorável, surge o conceito de *ginástica*, baseado na idéia do pentatlo grego (SABA, 2001).

A palavra ginástica vem do grego *gymnastiké*, derivado da terminologia dos *gymnásticos* – locais onde os gregos antigos praticavam exercícios físicos sem suas togas ou trajes do dia-a-dia, com o mínimo possível de roupas (KONIG, 2003).

Após a Revolução Industrial, a Revolução Francesa e a Guerra Fria, um novo quadro é formado, tendo a máquina como elemento dominante na produção de riquezas para o homem. Em decorrência disso, o modo e a quantidade em que eram realizados a atividade física e o exercício também sofreram mudanças (SABA, 2001).

Atualmente, ginástica “é o conjunto de exercícios físicos ritmados e sistematizados por meio de movimentos repetidos, para que sejam atingidos os ideais propostos” (SABA, 2001, p.04).

De acordo com Saba (2001), ao longo da Idade Contemporânea, diminuíram os espaços livres e abertos, levando a população a uma progressiva sedentarização. O estilo de vida menos ativo foi cada vez mais facilitado pela criação de numerosos dispositivos tecnológicos, que por sua vez, diminuíram a procura e interesse pela prática de atividade física.

Em contrapartida, existiram os incentivos governamentais, a construção de estádios e ginásios, o aumento considerável do número de academias de ginástica e musculação e a massificação e conscientização da população sobre a importância da aderência ao exercício físico através dos numerosos meios de comunicação disponíveis.

De qualquer modo, pode-se afirmar que nos dias de hoje há uma parcela significativa da população que cultiva intenso nível de atividade corporal, sendo disseminada a importância da prática esportiva e do exercício físico em praticamente todas as camadas sociais. No entanto, segundo Saba (2001), ainda há um longo caminho a ser percorrido até que as condições para a prática do exercício físico e do esporte passe do nível regular para níveis ótimos.

2.1.2 Infra-estrutura da Academia de Ginástica

Academia pode ser conceituada como “a empresa que se dedica a ministrar atividades de ginástica, balé, danças, musculação, lutas e cultura física de um modo geral”, ministrados por profissionais diplomados em Cursos Superiores de Educação Física (CAPINUSSÚ; COSTA, 1989 apud MEIRA, 1997, p.04).

“Uma academia, como qualquer outra empresa, necessita de uma estrutura física mínima, para que possa funcionar satisfatoriamente” (LEITE, 1994, p.74). De

acordo com Leite Neto, sintetizando a estrutura variável de uma academia, têm-se a “estrutura física e básica”, que deve conter a recepção, a área para a prática (salas de ginástica e/ou musculação, piscina, campos, quadras), os vestiários e os bebedouros.

Seguindo esta lógica e dando a considerada importância a cada um destes elementos de infra-estrutura, relaciona-se a recepção à *organização* da academia. Desde o momento em que o aluno entra na mesma, pode ocorrer a conquista ou perda de um aluno em potencial. Deve-se existir uma iluminação adequada na recepção, assim como em toda a academia, além de limpeza, organização, conservação de estrutura e materiais (paredes descascadas, teto desforrado, etc.) e decoração apropriada ao ambiente (cartazes informativos ou um mural, por exemplo) (LEITE, 1994).

O “espaço vital”, ou o local para a prática, é como o setor de produção de uma empresa, onde encontram-se os operários, as máquinas e acompanha-se a transformação da matéria-prima em produto acabado. “Sem a existência de um local para as aulas, é impossível que a instituição seja chamada de academia” (LEITE, 1994, p.77). Este espaço exige manutenção constante, pois nele os alunos e clientes em potencial passarão a maior parte do tempo.

Além da higiene, ambiente agradável e adequado à prática, com piso enxuto e limpo, deve-se existir uma ótima ventilação das salas, com número considerável de janelas e ventiladores bem posicionados. A iluminação é um dos pontos chave para a motivação e estado de “alerta” dos alunos. Ambientes bem iluminados, com espelhos bem posicionados, criam a sensação de amplitude e melhor iluminação do ambiente (LEITE, 1994).

Quanto ao uso de materiais (anilhas, bastões, halteres, steps, mini-trampolins, elásticos, *medicine balls* e bola suíça), deve-se adaptar o modo de armazená-los para que pareçam parte indireta da decoração do ambiente, e não somente entulhos ocupando espaço útil enquanto encontram-se fora de utilização. Além disso, também leva-se em consideração a devida limpeza e manutenção dos mesmos,

para que mantenham aspecto de novos ou bem conservados ao longo do seu tempo adequado de utilização (LEITE, 1994).

Os vestiários não precisam ser luxuosos, mas devem proporcionar conforto e espaço razoável para que os alunos sintam-se à vontade e não aprisionados quando forem utilizá-los. Ótima ventilação, limpeza, iluminação, boxes individualizados, espelhos amplos e em locais apropriados, e manutenção de materiais (papel higiênico, sabonetes, toalhas de papel, etc.). Tudo aquilo que existir ou for instalado além destes itens pode ser considerado como “luxo”, ou diferencial, e contará pontos a favor da academia. Já a falta de algum destes itens terá o efeito inverso (LEITE, 1994).

Por fim, deve-se dar importância prioritária à existência de bebedouros na academia, e fácil acesso aos mesmos. Bebedouros devem ser instalados em número proporcional ao número de frequentadores da academia, de acordo com o porte da academia.

Além da “estrutura física e básica”, Leite (1994, p.80) classifica como “Super-Estrutura” os elementos que vão além dos necessários à Estrutura Básica: “estrutura de avaliação física, exame médico, nutricionista, fisioterapeuta, massagista, lanchonete, boutique, salão de beleza, etc”.

2.2 O ALUNO E SUAS NECESSIDADES

2.2.1 Necessidades Primordiais

De acordo com Motta (2005, p.19), “os clientes estão mais sofisticados e exigentes, além de existir uma competição global acirrada, chegando a haver várias empresas em um mesmo bairro ou região”. Os serviços prestados ao cliente determinam sucesso ou fracasso de uma empresa (MEIRA, 1997).

Baade (2003) diz que, de fato, as pessoas têm interesses diferentes na aquisição de um produto ou serviço, de acordo com o sexo, a situação, a idade, etc. “Isto é o que se chama de Segmento de Mercado, que é uma parte do mercado composta por consumidores com características semelhantes entre si” (p.10).

Considerando-se os seguintes fatores de procura por uma academia: *fator de estética* (preocupação com a aparência, percentual de gordura, massa muscular, peso corporal), *fator de saúde* (riscos coronarianos, diabetes, recuperação de musculaturas lesionadas, estresse, recomendação médica) e *fator social* (conhecer novas pessoas, fazer amigos integração social), o que faz com que os clientes tornem-se alunos fiéis é o fator social. A estética poderá ou não ser alcançada com o treinamento, a saúde pode se alcançar e depois manter em outro lugar, mas o social é o que definirá onde estes alunos continuarão fazendo a atividade física (MOTTA, 2005).

Em contrapartida, a redução no nível de frequência dos indivíduos ao local de treino pode estar ligada a frustração (com objetivos a serem alcançados ou profissionais que trabalham no local de treino), componentes dos programas, horários e intensidade das aulas não adequados, tipo de turma (mistas ou não), tempo livre e interesse na prática da atividade física (FILARDO; LEITE, 2001). Outro fator que pode acarretar na saída de alunos das academias pode estar relacionado ao considerável índice de pessoas que administram as academias, e não possuem nenhuma formação acadêmica relacionada à Educação Física, nem à Administração. “É necessário que a academia seja vista como algo muito importante dentro da sociedade, pois se trata de um estabelecimento que está relacionado com a saúde das pessoas, portanto deve estar sobre os auspícios de pessoas especializadas” (NASCIMENTO, 1997, p.06).

2.2.2 Bem-Estar e Aderência ao Exercício Físico

A partir de meados do século XX, com a massificação da informação e o desenvolvimento da mídia, houve a multiplicação da infra-estrutura e dos

equipamentos propícios ao desenvolvimento do exercício físico. Porém, os níveis de atividade física regular da população como um todo ainda se mantinham baixos. De acordo com Saba (2001, p.39), “o que explica estes níveis é a sazonalidade da prática do exercício físico, ainda tida como regra pela população, o que minimizava o efeito dos programas de atividade física”.

Seria de grande importância para a manutenção e promoção da saúde que a prática da atividade física ocorresse de forma continuada, por todos os períodos da vida, sem este movimento de desistência semanas após o início de um programa de exercícios; esta continuidade seria de fundamental importância, sobretudo na vida adulta intermediária – por volta dos 40-60 anos – fase em que se iniciam muitos dos declínios fisiológicos, e na vida adulta tardia, após os 60 anos de idade, fase em que os declínios estão bem acentuados (SANTOS; KNIJNIK, 2006, p.24).

A prática da atividade física começa a apresentar resultados a partir do momento em que é realizada algumas vezes por semana, regularmente. “Se não for atingido este ponto mínimo de atividade, a condição do praticante sazonal se assemelha muito à condição corporal do sedentário” (SABA, 2001, p.39).

A partir daí, ganhou importância o conceito de *aderência* que, segundo Saba (2001), é a manutenção da prática de exercícios físicos por longos períodos de tempo, como parte da rotina dos indivíduos. Somente nesse estágio de prática constante é que o indivíduo tem possibilidade de usufruir dos benefícios – físicos, psicológicos e sociais – do exercício, elevando sua qualidade de vida e bem-estar. “Um estilo de vida fisicamente ativo reduz os riscos de doenças crônicas incluindo hipertensão, derrame, câncer, diabetes tipo dois, osteoporose, osteoartrite e depressão” (COUSINS, 1997 apud SANTOS; KNIJNIK, 2006, p.25).

Juntamente com o conceito de aderência, há o conceito de *wellness*: o bem-estar, o equilíbrio, a medida certa, a satisfação. Mesmo que expresso de variados modos, está sempre presente na vida de todos, já que os seres humanos buscam uma relação sadia com seu ambiente, sua psique e seu corpo. A melhora da sanidade do corpo e de suas possibilidades é o momento em que a prática do exercício físico encontra o conceito de *wellness*.

Certamente, também não se pode deixar de levar em conta o nível sócio-econômico, o nível educacional, a esfera de opções desenvolvidas por um indivíduo, com base nos referenciais que possui. Padrão de vida, nível de informação e desigualdade social são fatores preponderantes para o início de atividades físicas, sua manutenção ou seu abandono.

De acordo com Saba (2001, p.49), as pessoas procuram paz e saúde, e as encontram através da prática do exercício físico. “Procura-se uma saída para os prejuízos causados pelo estilo de vida contemporâneo, como o acentuado sedentarismo, a nutrição desbalanceada e os vícios, como o fumo e o álcool”, cada vez mais presentes entre as pessoas. Além disso, a prática regular de exercícios físicos pode prevenir o aparecimento de doenças como cardiopatias, desvios posturais, encurtamentos musculares, estresse, depressão, entre outros (SANTOS; KNIJNIK, 2006).

Segundo pesquisa dirigida por Santos e Knijnik (2006), os principais motivos da adesão a prática da atividade física por adultos de idade intermediária são: lazer e qualidade de vida (44%), orientação ou prescrição médica (34%), estética (11%) e outros motivos (11%).

A população adulta e idosa é cética quanto ao atendimento relacionado à saúde, em academias. A grande maioria investe num marketing superficial, repetitivo, reducionista, voltado ao estético, aos padrões de beleza vigentes ao modismo da época. Deve haver um maior investimento na área científica, como por exemplo numa maior aderência do cliente ao estabelecimento, em razão da mudança do paradigma da estética para a saúde. A satisfação do corpo é importante mas deve ser vista como consequência do processo motor (BAADE, 2003, p.11).

Nesta busca pela saúde, é estabelecido um elo emocional forte entre o indivíduo e a atividade a que se propõe, um círculo virtuoso de prática, satisfação e resultados, que garante a continuidade da atividade, de forma cada vez mais intensa e positiva, evoluindo em direção aos objetivos a serem alcançados (SABA, 2001). O grande desafio que se impõe para o desenvolvimento do nível atual da prática do exercício físico é fazê-lo parte constante do cotidiano do indivíduo.

2.3 GERENCIAMENTO DA ACADEMIA

2.3.1 O Diferencial na Atração de Alunos

”Qualidade total é a busca da perfeição”. Segundo Baade (2003, p.12), é um conceito subjetivo, pois depende dos padrões de quem pediu para que uma determinada tarefa fosse executada, de quem a executou e para quem ela foi destinada. “Deve ser trabalhada juntamente com o conceito de custo da excelência, que pode ser entendido como o risco de cometer erros que se deve correr para que se possa sempre criar e improvisar”.

Porém, antes de manter o aluno na academia, deve-se conquistá-lo. Para tanto, é preciso anunciar o que há de diferente na academia, de melhor, de moderno. De acordo com Baade (2003, p.12), “este anúncio pode ser feito através de meios de comunicação e, principalmente, através do chamado 'boca-a-boca' ”, no qual o aluno é um poderoso meio de mídia de comunicação, positiva ou negativa.

Após a conquista do aluno, sua manutenção e aderência ocorrerá se lhe forem oferecidos benefícios em relação aos concorrentes, tanto em custo-benefício quanto em qualidade de serviço prestado. Para a academia e a gerência, isso é possível mantendo-se constantemente a par das novidades e tendências mercadológicas, sempre buscando o aperfeiçoamento na prestação de serviços e atendimento ao cliente (BAADE, 2003).

Segundo Nogueira, citado por Baade (2003, p.19), “para que uma academia seja líder no mercado, é preciso que ofereça vantagens não oferecidas por outras”. Seguem alguns exemplos de atitudes e diferenciais úteis, geralmente negligenciados pelos administradores em geral, que podem conquistar o aluno, e futuramente fidelizá-lo à academia:

- O quadro de avisos pode ser um diferencial como meio de comunicação, se utilizado de forma correta. Em local de ótima visão e acesso, com anúncios curtos, objetivos, chamativos, coloridos, que despertem o interesse de todos, certamente torna-se indispensável na dinâmica de comunicação da academia (BAADE, 2003).

- A caixa de sugestões, instalada em vestiários, para preservar a individualidade e anonimato dos comentários, serve como coletor de *feedbacks* para os funcionários, professores e gerência da academia, facilitando o trabalho de manutenção e criação de diferenciais ofertados pela academia.

- O marketing também pode ser considerado um diferencial, seja veiculado em meios de comunicação, ou mesmo divulgado pelo “boca-a-boca” entre alunos fiéis e clientes em potencial.

- Junto ao quadro de avisos, pode-se anexar um quadro de aulas ministradas, com horários, tipos de aula e modalidades oferecidas pela academia (BAADE, 2003).

- Por fim, os eventos realizados, que devem ter ótima organização e objetivos claros, podem servir como divulgação da academia ou a captação imediata de novos alunos.

2.3.2 A Manutenção e Fidelização de Alunos

De acordo com Motta (2005), em academias existem os clientes fiéis, que freqüentam a academia o ano inteiro e participam de eventos; os clientes turistas, que pagam a academia mas não mantêm a freqüência utilizando a academia como um local de descontração; e os clientes de verão ou sazonais, que lotam as academias no verão e as abandonam em período de férias ou carnaval.

Estes três grupos estão em todas as academias, independente da localização das mesmas, e constituem o ciclo de rotatividade de alunos num período anual de funcionamento da academia. Deve-se ter percepção para atender da melhor forma possível os três grupos de clientes, e tentar transformar clientes sazonais e turistas em fiéis, pois isso irá gerar maior lucratividade, credibilidade e integração entre academia/aluno e entre os próprios alunos freqüentadores assíduos da academia (MOTTA, 2005).

Os fatores que fazem com que as academias percam seus clientes são: diferenças sutis oferecidas pelo concorrente; objetivos não atingidos pelo cliente; mudanças de serviço na academia sem ouvir o cliente primeiro; sugestões ou reclamações não ouvidas ou não atendidas; perda progressiva da qualidade intrínseca do serviço; falhas no atendimento pessoal; defasagens em relação à concorrência; rotinas ou horários desmotivantes e ações de encantamento da concorrência (FARIAS, 2002 apud MOTTA, 2005).

Em estudo relacionando o nível de adesão ao exercício para programa supervisionado, observou-se que 25% dos praticantes desistem das aulas por acharem os horários destas inadequados às suas necessidades, 14% por acharem o nível das aulas muito fraco; os autores também relataram um nível de resistência à mudança de comportamento muito alto nestes participantes, fazendo com que o insucesso destes programas aconteça naturalmente. (FILARDO;LEITE, 2001)

“Fidelização é a retenção dos clientes. Acredita-se ser uma das fases mais difíceis no que tange ao gerenciamento com foco no cliente” (MOTTA, 2005, p.139). De acordo com Saba (2001), a conquista de novos clientes não é suficiente para o sucesso das academias.

De acordo com MOTTA (2005), a fidelidade é construída ou destruída em cada interação do cliente com a empresa. Ou seja, cada contato que se tiver com o cliente será capaz de fidelizar ou não. Esforços na qualidade de equipamentos e qualificação profissional visam à satisfação dos alunos já matriculados. O resultado é um alto índice de fidelidade.

Um cliente fiel caracteriza-se por “frequentar a academia com regularidade, por propagar serviços e produtos a outras pessoas, por ser imune à pressão da concorrência e tolerar eventuais problemas de atendimento que recebe, sem sair da academia” (MOTTA, 2005, p.140). Para construir este estágio de fidelidade não é simples, e se dará por meio das experiências que o cliente vive, interagindo com a academia.

Precisa-se levar em consideração que nem todas as pessoas procuram a academia para “treinar”, mas sim para se relacionar com outras pessoas, então o relacionamento interpessoal se torna tão importante quanto equipamentos, métodos de treinamento, máxima preocupação com o treinamento da pessoa. A diferença estará no bem estar deste cliente, se ele sente-se bem ou mal dentro da academia, se ele é bem tratado, se a academia oferece a este cliente um atendimento de qualidade (MOTTA, 2005).

Levando em consideração outra pesquisa dirigida por Santos e Knijnik (2006), os fatores motivacionais que influenciam na manutenção e aderência a atividade física são: a manutenção da saúde, prazer na prática da atividade física, apoio de companheiros, amigos ou família, busca de um ideal estético e auto-superação.

De acordo com Griffin, citado por Motta (2005, p.141), um bom plano deve recuperar os clientes perdidos, e “converter clientes comuns em clientes potenciais qualificados, além de fidelizá-los e após algum tempo, transformá-los em pregadores fiéis das boas qualidades do serviço oferecido”.

Para Saba (2001), os fatores que interferem na aderência dos alunos são divididos em três grupos: os *fatores pessoais* (histórico pessoal, ocupação, fumo, obesidade, doenças, conhecimento dos benefícios da atividade física, nível educacional, idade, auto-motivação), os *fatores ambientais* (apoio de amigos ou companheiro (a), facilidade de acesso ao local, reforço social) e fatores relacionados à *características do exercício físico* (percepção da intensidade, características do corpo técnico).

No que diz respeito aos *fatores pessoais*, cada um dos fatores citados acima influencia na aderência ao exercício físico de uma maneira diferente e específica, e leva a pontos determinantes na escolha, prática e manutenção da atividade física pelo indivíduo.

“O primeiro determinante refere-se ao grau de apreciação que o indivíduo tem com a atividade” (SABA, 2001, p.76). A atividade física deve ser praticada com prazer, para produzir melhoria na qualidade de vida do indivíduo. “Há uma

associação positiva entre apreciação e aderência à atividade física” (DISHMAN, 1985 apud SABA, 2001, p.77).

O segundo determinante está relacionado com a auto-motivação, “um tipo específico de motivação, baseado na teoria social cognitiva, para fins de aderência” (SABA, 2001, p.78). E o último determinante, nos fatores pessoais, diz respeito à auto-eficácia, ou convicção de que alguém pode executar com sucesso uma tarefa ou comportamento requerido para produzir resultado ou alcançar um determinado objetivo.

Analisando os *fatores ambientais*, há determinantes significativos para a manutenção da atividade física, como: o reforço social, ou apoio de um companheiro (principalmente em atividades supervisionadas, em oposição às espontâneas); a facilidade de acesso ao local da prática; e a percepção de tempo disponível. Berger e McInman, citados por Saba (2001, p.81), afirmam que “o pretexto de falta de tempo apenas indica a ausência de interesse ou de envolvimento com a atividade física”.

Finalmente, nas *características do exercício físico*, um dos determinantes para a aderência à prática da atividade física é a percepção da intensidade. O esforço excessivo ou incompatível com a aptidão física do indivíduo pode acarretar na desistência da prática da atividade física. “Já as atividades moderadas parecem estar associadas a menores níveis de desistência” (SABA, 2001, p.82). O último determinante para a aderência é o conjunto de características do corpo técnico, ou seja, os professores envolvidos, e suas respectivas aulas e características didáticas e motivacionais. Indivíduos que recebem pouca atenção dos professores tendem a desistir duas vezes mais que os indivíduos que recebem elevada atenção (SABA, 2001).

3 METODOLOGIA

3.1 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população do estudo consistiu no público freqüentador de cinco academias de ginástica, matriculados e ativos na mesma. A amostra analisada, escolhida de forma aleatória, foi um grupo de alunos de diversas idades, composto por 10 freqüentadores da mesma academia de ginástica, matriculados há mais de um ano, e outro grupo de alunos de diversas idades, composto por 10 indivíduos freqüentadores da mesma academia de ginástica, matriculados há menos de 3 meses, totalizando uma amostra de 20 indivíduos por academia, e somando 100 indivíduos considerando as cinco academias visitadas.

3.2 INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS

Os instrumentos principais utilizados foram dois questionários, elaborados e validados por profissionais especializados na área de academias, em aproximadamente 3 meses, de acordo com o cronograma do pré-projeto. O questionário foi aplicado individualmente, conforme o horário disponível de cada aluno. Para tanto, será realizada uma conversa informal com o responsável pela academia (coordenador ou gerente), com a entrega de uma carta de apresentação para fins de esclarecimento do estudo (ver anexos 1, 2 e 3).

O formato de questionário desta pesquisa segue o formato descrito por NEGRINI (1998, p.80), e citado por KONIG (2003, p.18), como “uma lista de perguntas mediante a qual se obtém informações de um sujeito ou grupo de sujeitos por meio de respostas escritas. [...] Com a finalidade de averiguar a opinião dos indivíduos aos quais se destina, sobre algum tema específico”.

O primeiro questionário foi dirigido aos alunos matriculados na academia há menos de 3 meses, e pretendeu levantar os principais fatores que levam os alunos recém matriculados a permanecerem freqüentando a academia. Para tanto, primeiramente questiona-se há quanto tempo o aluno está matriculado, quais suas expectativas perante a academia, quais os itens que não atenderam as expectativas do aluno, e qual seu principal objetivo ao entrar na academia, e atualmente, após certo período matriculado.

Para catalogar estatisticamente, perguntou-se ao aluno quais os itens que o levaram a fazer a matrícula em determinada academia, além de classificar os respectivos serviços em “fraco”, “bom”, “muito bom” ou “excelente”. Por fim, o aluno relatou a freqüência semanal à academia (de um a sete dias na semana), e quais as aulas de ginástica que ele realiza. Este questionário foi validado por profissionais da área de academias de ginástica (Vide Anexo 2).

O segundo questionário, dirigido aos alunos matriculados na academia há mais de 12 meses, pretendeu identificar os principais motivos que tornam o aluno fiel à academia de ginástica que o mesmo freqüenta.

Retirado de um trabalho monográfico de graduação (KONIG, 2003), e validado por profissionais da área de academias de ginástica (Vide Anexo 3), no mês de julho de 2003, este questionário relaciona dados gerais (idade, estado civil, grau de instrução, há quanto tempo pratica exercícios físicos e por que os pratica) e dados específicos do tema de fidelização de alunos, como os principais fatores que levam o aluno a permanecer na academia, assinalados pelo mesmo, e acrescidos de comentários do próprio aluno.

Por fim, perguntou-se se o aluno já freqüentou outra academia, e por que mudou da mesma, com a finalidade de relacionar a fidelização do aluno na atual academia, com uma possível frustração ou insatisfação do mesmo com a academia anterior.

3.3 TRATAMENTO DOS DADOS E ESTATÍSTICA

Após a coleta de dados, todas as respostas objetivas foram convertidas em percentuais, e expressas em tabelas comparativos, separadas por tipo de questionário (Questionário 1 ou 2, vide Anexos 2 e 3), e analisadas através das respostas dadas pelos alunos das cinco academias visitadas. As respostas subjetivas também foram analisadas estatisticamente pelo procedimento de distribuição de frequência simples, conforme aspectos comuns entre elas (expressos em forma de tabela), além de enriquecerem a análise e discussão dos resultados com os comentários fornecidos pelos alunos em ambos os questionários.

Foi utilizado o Software Microsoft Word 2003 para a formatação dos dados e o Software Microsoft Excel 2003 para a confecção dos gráficos e cálculos dos percentuais de cada resposta.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 QUESTIONÁRIO 1 (ALUNOS “NOVOS”)

Tabela 1 – Mês de ingresso de alunos novos na academia

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Janeiro	2	4
Fevereiro	2	4
Março	8	16
Abril	7	14
Maio	3	6
Junho	5	10
Julho	3	6
Agosto	6	12
Setembro	6	12
Outubro	8	16
Total	50	100

De acordo com a primeira questão deste questionário, direcionado aos alunos recém matriculados na academia, e aplicado ao longo de todo o ano em cinco academias diferentes, o aluno deveria confirmar que estava matriculado na academia há menos de 3 meses. A variedade de respostas ocorreu justamente pela extensão do estudo, no qual os primeiros questionários foram aplicados em abril, e os últimos questionários foram aplicados em outubro do ano de 2007.

Relacionando esta questão à rotatividade e aderência de alunos nas academias, observa-se que a maior entrada de alunos e facilidade de aplicação deste questionário (direcionado aos alunos recém matriculados) ocorria justamente nos períodos de trabalho (fora de épocas de férias), e nos meses de clima mais quente, antes e depois do verão, ou seja, março, abril, setembro e outubro.

Tabela 2 – Expectativas de alunos novos em relação à academia

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Qualidade no atendimento	19	28
Alcançar objetivos	14	21
Emagrecer	13	19
Boa infra-estrutura	9	13
Aulas animadas	5	7
Bons equipamentos	3	4
Condicionamento	3	4
Boa higiene	1	2
Ambiente agradável	1	2
Total	68	100

Considerando a academia, e as expectativas gerais dos alunos recém matriculados, têm-se a qualidade no atendimento (28%) justificada pelo retorno do investimento financeiro do aluno; “alcançar objetivos” e “emagrecer” (21% e 19% das respostas subjetivas, respectivamente), justificado pelo resultado da motivação e interesse do aluno ao matricular-se em qualquer academia de ginástica, mas também envolvido na questão “custo-benefício” e investimento financeiro em matrícula e mensalidades.

Outros aspectos também foram apontados subjetivamente, e considerados complementares às expectativas principais e mais citadas nas respostas: infra-estrutura (13%), aulas animadas (5%), bons equipamentos (3%), condicionamento (3%), boa higiene (2%) e ambiente agradável (2%).

Sabendo destas expectativas iniciais dos alunos recém matriculados, o proprietário pode calcular o gasto e a quantidade de pessoas que irão compor a equipe de gerência, coordenação, professores e funcionários da academia, que por sua vez, montarão a melhor recepção e serviço possíveis, não com a intenção de apenas agradar o aluno, mas de provocar mudanças em seu estilo de vida, e incluir a atividade física em seu cotidiano, utilizando da motivação inicial com a qual o aluno entra na academia para mantê-lo na direção certa até que atinja seus objetivos e queira mantê-los (aderência à atividade física).

Independente da quantidade de funcionários e professores e do tamanho da academia deve-se cativar os clientes novos e antigos, e realmente provocar mudanças em suas rotinas diárias, com a intenção de atingir objetivos, mantê-los, melhorar a qualidade de vida dos indivíduos e proporcionar a todos um ambiente de treino, não necessariamente grande, mas aconchegante e agradável.

Tabela 3 – Principal objetivo de alunos novos ao entrar na academia

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Saúde / bem estar	22	33
Emagrecer	18	28
Condicionamento	15	24
Aumento da massa muscular	4	7
Manutenção do peso	3	5
Sociabilização	1	1,5
Recomendação médica	1	1,5
Total	64	100

Segundo o percentual de respostas e a linha de estudos em Atividade Física e Saúde, comprova-se que a área das academias de ginástica está relacionada fortemente com a manutenção da saúde e bem estar de seus praticantes, além da forte influência da estética, em segundo lugar (com 33% e 28% das respostas, respectivamente). Alguns praticantes também procuram o condicionamento físico em primeiro lugar, ou simplesmente a melhora cardiorrespiratória em relação ao sedentarismo.

Comparando o principal objetivo (questão 03) com as expectativas gerais em relação à academia (questão 02), percebe-se que saúde e estética estão em primeiro lugar, porém a sociabilização, embora não seja o principal objetivo (exceto para 1,5% dos indivíduos questionados), é uma expectativa geral, apontada na maioria das respostas dos indivíduos questionados.

Portanto, a academia de ginástica não deve somente proporcionar aos seus alunos a oportunidade de atingirem seus objetivos estéticos e relacionados a saúde, mas também criar uma atmosfera social e acolhedora, através da equipe de

professores, festas, eventos externos e do próprio ambiente da academia, que mantenha o aluno à vontade para interagir com outros alunos, fazer novas amizades e trazer ainda mais clientes à academia, através de indicações a seus próprios amigos.

Tabela 4 – Fatores que levaram os alunos novos a matricularem-se na academia

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Localização	40	22
Horário	24	14
Modalidades / tipos de aulas	22	12
Equipamentos	21	11
Instalações	19	10
Preço	15	8
Professores	14	7
Indicação de amigos	12	6
Recomendação médica	5	3
Atendimento da secretaria	5	3
Estacionamento	3	1
Avaliação física	3	1
Outros	3	1
Atendimento da cantina	2	1
Avaliação médica	0	0
Total	188	100

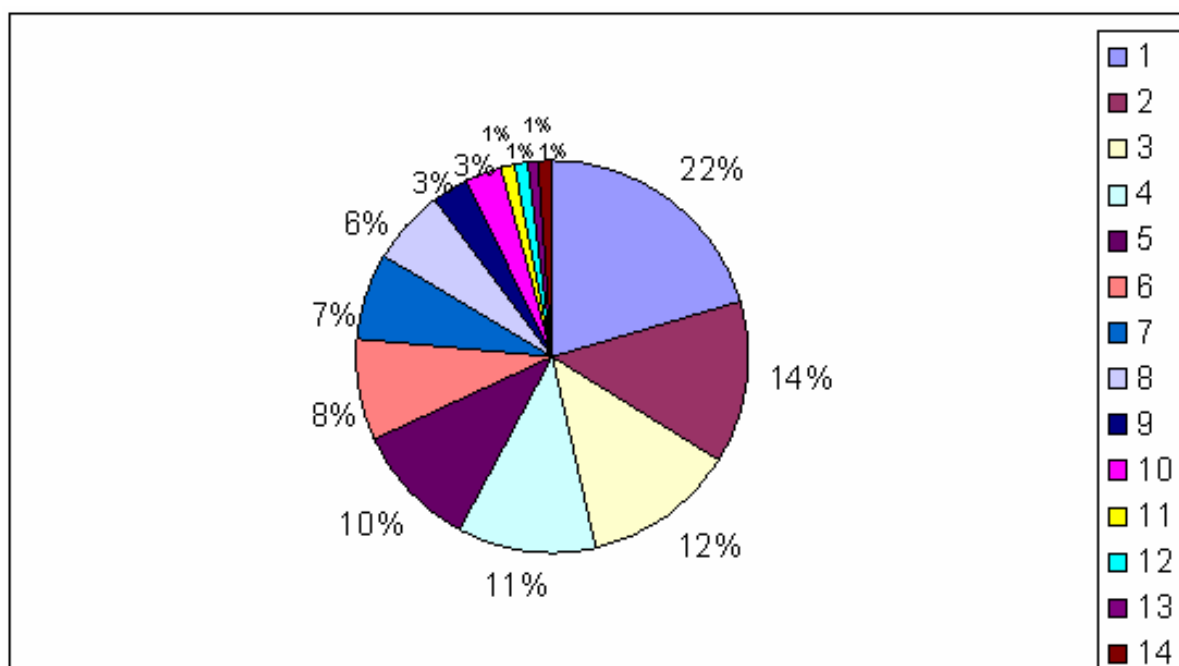


Gráfico 1 – Fatores que levaram os alunos novos a matricularem-se na academia

Primeiramente, o maior destaque, considerado por 80% dos alunos questionados, e com 22% do percentual total, é a localização da academia, sendo a mesma próxima da residência, do trabalho ou do local de estudo do aluno. Em seguida, horários de atendimento da academia e modalidades de aulas disponíveis, equipamentos, instalações, preço e professores (com 14, 12, 11, 10, 8 e 7% do total, respectivamente), justificam as expectativas do novo aluno em relação à academia e ao custo benefício investido na matrícula e mensalidade.

Em seguida, os itens menos apontados pelos alunos correspondem às suas expectativas secundárias, não menos importantes que as primárias, que também o motivaram a realizar a matrícula na academia e permanecer na mesma por um período aproximado de 3 meses: indicação de amigos, recomendação médica, atendimento da secretaria, estacionamento, avaliação física, atendimento da cantina e outros (todos com menos de 7% do total de alunos questionados).

O gráfico 1 representa a tabela 4, com os números correspondentes às porcentagens apresentadas na tabela, para melhor visualização das respostas assinaladas pelos alunos, e confirmar a diferença significativa entre os itens primários e secundários na escolha do aluno pela academia que irá frequentar.

Tabela 5 – Frequência semanal dos alunos novos na academia

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
3 dias	16	32
5 dias	14	28
4 dias	12	24
6 dias	7	14
2 dias	1	2
7 dias	0	0
1 dia	0	0
Total	50	100

De acordo com a tabela 5, a maior parte dos alunos (32%) frequenta a academia três vezes por semana, mantendo um treino alternado (segundas, quartas e sextas, ou terças, quintas e sábados). Os alunos mais assíduos, que frequentam a

academia todos os dias úteis, alternando seus treinos de acordo com a grade horária da academia (no caso da ginástica) ou de acordo com seus objetivos (no caso da musculação), representam 28% do total de questionados. Alunos que freqüentam a academia quatro dias na semana representam 24% do total, e que comparecem seis dias correspondem a 14%. Por fim, alunos com menor freqüência (dois dias semanais) representam 2% do total, e não há alunos que compareçam à academia somente uma vez por semana ou todos os dias, ininterruptamente.

Embora não exista freqüência “correta” por semana, o número de sessões de treino de cada aluno condiz basicamente com a disponibilidade de tempo de cada um, e com o que cada um acha mais conveniente fazer com seu tempo disponível para a atividade física, tomando como parâmetros os objetivos a serem alcançados pelo aluno, e suas limitações médicas ou fisiológicas para determinar a intensidade individual de treino, em conjunto com o número de sessões e mudanças no estilo de vida e hábitos alimentares.

Tabela 6 – Modalidades praticadas pelos alunos novos na academia

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Musculação	25	25
Spinning / RPM	14	14
Jump Class / Power Jump	13	13
Step	8	8
Aeróbica	7	7
Body Combat	6	6
Localizada	5	5
Pilates	4	4
Abdominal	4	4
Body Balance	4	4
Body Attack	4	4
Alongamento	3	3
Body Jam	3	3
Dança de Salão	2	2
Yoga	1	1
Total	103	100

Tabela 7 – Justificativa dos alunos novos para a prática das diversas modalidades

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
São eficazes	12	27
Melhoram o condicionamento	11	25
São agradáveis	10	23
Definem o corpo	5	12
Melhoram a flexibilidade	3	7
Se encaixam no meu horário	2	4
Aprender novos movimentos	1	2
Total	44	100

Por ser subjetiva, esta questão relaciona os diferentes tipos de modalidades disponíveis e praticadas pelos alunos na academia com a justificativa do aluno por aquela prática. Apesar de alguns questionários não apresentarem a justificativa, todos relacionavam pelo menos uma modalidade praticada pelo aluno na academia.

Os interesses e os objetivos dos alunos são altamente mutáveis e específicos, além do fator motivacional provocado por uma marca, uma novidade ou ótimos professores, equipamentos e músicas. Estes argumentos constituem a justificativa dos alunos, além de explicar porque a maioria das modalidades sofre alterações, ou até mesmo algumas vão desaparecendo ao longo do tempo.

A maioria dos alunos questionados pratica musculação (25%), de uma à seis vezes na semana, às vezes combinada com aulas de ginástica, esteira, bicicleta, entre outros, e às vezes como único treino na academia, associado a um estilo de vida ativo ou prática de esportes.

Na área da ginástica, o Spinning, RPM (da Body Systems) ou Bike Indoor foi o tipo de treino mais citado entre os alunos questionados (14% do total). A segunda aula de ginástica mais popular dentre as citadas foi a que utiliza o mini-trampolim como acessório para o treino (13%), e que por sua vez, possui diversos nomes, seja franqueada ou não. Em seguida, o Step (ou Body Step, da Body Systems), praticado por 8% dos alunos questionados, a Aeróbica (7%), o Body Combat (6%), a Ginástica Localizada (5%), o Pilates, Abdominal, Body Balance e Body Attack (com 4% cada

um), o Alongamento e o Body Jam (com 3% cada um), e por fim, a Dança de Salão (2%) e a Yoga (1%).

Após citar as modalidades praticadas pelo aluno na academia, o mesmo deveria justificar por quê a pratica (resposta subjetiva). Dentre as respostas obtidas, analisadas por semelhança ou igualdade de respostas, têm-se: a eficácia das aulas (relacionada ao alcance dos resultados esperados), com 27% do total; a melhora no condicionamento (com destaque para as respostas relacionadas ao ciclismo indoor e aeróbica), com 25% das justificativas; o clima agradável e desestressante que a modalidade proporciona ao aluno (23%); a aquisição de tônus muscular ou resistência muscular localizada, definida pelos alunos como “definição muscular” (com ênfase nas modalidades de musculação e ginástica localizada), com 12% do total; a melhora na flexibilidade (especialmente analisada junto às modalidades de Alongamento, Yoga, Pilates e Body Balance), apresentou 7% das justificativas; e por fim, modalidades que se encaixam nos horários disponíveis do aluno (4%) e a oportunidade de aprender novos movimentos, no sentido de “passos” (em aulas como Dança de Salão e Body Jam), com 2% das respostas analisadas.

Analisando os totais obtidos nesta resposta, têm-se 15 modalidades citadas 103 vezes ao longo dos 50 questionários aplicados. Em relação as justificativas, foram relacionadas 7 respostas semelhantes, citadas 44 vezes, no total de questionários respondidos.

Tabela 8 – Classificação dos serviços oferecidos aos alunos novos: (F) – fraco; (B) – bom; (M) – muito bom; (E) – excelente; (X) – não utiliza o serviço.

RESPOSTAS	F	%	B	%	M	%	E	%	X	%
Estacionamento	5	10	15	30	4	8	1	2	25	50
Preço	2	4	39	78	6	12	2	4	1	2
Instalações	0	0	19	38	19	38	12	24	0	0
Equipamentos	0	0	19	38	18	36	13	26	0	0
Horários	2	4	17	34	19	38	12	24	0	0
Higiene / limpeza	1	2	11	22	14	28	24	48	0	0
Variedade aulas	0	0	11	22	17	34	19	38	3	6

Atend. Médico	2	4	11	22	3	6	5	10	29	58
Atend. Aval. Física	1	2	11	22	16	32	12	24	10	20
Atend. Professores	0	0	7	14	19	38	24	48	0	0
Atend. Secretaria	1	2	17	34	14	28	17	34	1	2
Atend. Cantina	4	8	11	22	8	16	5	10	22	44
Atend. Zelador	1	2	16	32	9	18	11	22	13	26
Atend. Gerência	0	0	9	18	11	22	9	18	21	42

Segundo a tabela 08, pôde-se analisar a eficiência dos serviços oferecidos pela academia ao seu aluno. Abrangendo a maioria dos serviços oferecidos (básicos ou diferenciais), como descrito na revisão bibliográfica, têm-se: estacionamento, preço, instalações, equipamentos, horários, higiene, variedade de aulas, atendimento médico, avaliação física, atendimento de professores e recepcionistas, cantina e atendimento do zelador e da gerência da academia.

Destacando o maior índice encontrado em cada um dos serviços, chega-se à conclusão que serviços como o estacionamento (50% não utiliza), o atendimento médico (58% não utiliza), a cantina (44% não utiliza), e a gerência (42% não utiliza) são pouco utilizados pelos alunos, por diversos fatores, como por exemplo: a proximidade da academia em relação a casa do aluno, dispensando a utilização do estacionamento; a ausência de acidentes que necessitem do atendimento médico; os preços consideráveis encontrados na cantina das academias; e a falta de acesso à gerência, sempre entrando em contato com coordenadores, professores ou atendentes quando necessário, devido a ausência da gerência diretamente na academia.

Considerando o quesito preço, a grande maioria (78%) considera-o "bom", ou seja, poderia ter valor menor, ou ainda corresponder melhor às expectativas de custo-benefício dos alunos. Quanto à instalações e equipamentos, a análise foi quase a mesma, dividida entre "bom" (38% em ambos), "muito bom" (38% e 36%, respectivamente) e "excelente" (24% e 26%, respectivamente). Também ocorre certa satisfação dos alunos em relação aos horários da academia (com apenas 4%

considerando-o "fraco"), variedade das aulas (0% "fraco") e atendimentos da secretaria e zelador (2% em ambos para "fraco").

Por fim, na análise de maior satisfação dos questionados encontram-se os professores, com 48% "excelente" e 0% "fraco", e a higiene e limpeza da academia e do aparelhos, com 48% "excelente" e 2% "fraco".

Tabela 9 – Serviços que não atingiram as expectativas dos alunos novos

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Nenhum	30	75
Estacionamento	2	5
Avaliação física	2	5
Preço	2	5
Instalações	1	2,5
Higiene de aparelho / colchonete	1	2,5
Faltam modalidades de aulas	1	2,5
Falta senha para aulas	1	2,5
Total	40	100

Quanto aos serviços que não atenderam as expectativas iniciais dos alunos, foram citados: estacionamento, avaliação física, preço, instalações, higiene de aparelhos e colchonetes, falta de modalidade das aulas e falta de senha para as aulas; variando de 5% a 2,5% para cada uma das respostas. Em sua maioria, devido ao curto período de tempo matriculados na academia, e talvez em decorrência de uma boa primeira impressão causada pela academia, estrutura e funcionários, a maioria dos alunos (75% do total) não identificou nenhuma frustração com serviços ao se matricular na academia.

Tabela 10 – Houve modificação de rotina na vida dos alunos novos?

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Sim	29	58
Não	12	24
Branco / indiferente	9	18
Total	50	100

Tabela 11 – Em caso afirmativo, quais foram as mudanças de rotina?

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Mais disposição	19	38
Melhora no condicionamento	8	16
Mudança de horários	6	12
Melhora no sono	5	11
Hábitos alimentares	5	10
Melhora no humor	4	8
Rendimento no trabalho	2	4
Resultados terapêuticos	1	2
Total	50	100

Analisando as respostas da questão 9, a maior parte dos indivíduos atestou mudanças em suas rotinas (58% do total), enquanto 24% não mudaram (talvez por muito pouco tempo matriculados ou por falta de horários, interesse ou motivação para realizar mudanças), e 18% preferiram não responder, considerando a pergunta de caráter subjetivo.

No caso de mudanças, a justificativa mais citada pelos questionados foi o aumento na disposição para as tarefas diárias (38% do total), seguida da melhora no condicionamento físico (16%), mudança de horários, seja em função das aulas da academia, ou do treino aliado à alimentação e ao horário de trabalho e lazer (12%), a melhora na qualidade do sono (11% dos questionados), mudança de hábitos alimentares (10%), melhora no humor (8%), aumento do rendimento no trabalho (4%), e por fim, resultados terapêuticos de recuperação de lesões (2% do total).

Basicamente, as justificativas estão atreladas aos resultados obtidos direta ou indiretamente pelos alunos a curto prazo, e refletem um fator motivacional para continuar o processo de aderência a atividade física a longo prazo, com chances significativas de fidelização aos serviços oferecidos pela academia. Por outro lado, alunos que não relataram mudanças a curto prazo (24% do total) estão mais facilmente sujeitos a abandonarem a academia sem aviso prévio, por não acharem mais justificativas para continuar, e estarem desmotivados consigo mesmos e com a academia.

4.2 QUESTIONÁRIO 2 (ALUNOS “FIÉIS”)

Tabela 12 – Faixa de idade dos alunos fiéis

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Entre 16 e 20 anos	11	22
Entre 21 e 30 anos	17	34
Entre 31 e 40 anos	12	24
Entre 41 e 50 anos	6	12
Entre 51 e 60 anos	2	4
Mais de 60 anos	2	4
Total	50	100

As respostas da questão 1 do questionário 2 resultaram em uma estatística que não estratifica nitidamente uma faixa etária que possa representar os alunos “fiéis”.

Embora a faixa entre 21 e 30 anos tenha a maior porcentagem (34%), não há uma maioria absoluta e pode-se afirmar que os alunos fiéis estão em uma faixa demasiada grande, por volta dos 16 aos 40 anos, e isso torna a questão etária menos eficiente para obter dados sobre quem são os alunos fiéis às academias.

Tabela 13 – Hábito de fumar em alunos fiéis

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Não	45	90
Sim	5	10
Total	50	100

Do total de entrevistados, 90% respondeu à questão 2 - referente ao hábito (vício) de fumar – que não fuma, sendo que apenas 10% respondeu o contrário.

Analisando os percentuais das respostas, esse resultado pode ser visto como um indicativo de que os alunos “fiéis” à academia também são os alunos que mantêm um histórico de vida saudável, não tendo contato com drogas e controlando sua saúde além da esfera social da academia.

Tabela 14 – Estado civil dos alunos fiéis (casado ou solteiro)

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Solteiro	38	76
Casado	12	24
Total	50	100

Tabela 15 – Se casado(a), há acompanhamento por parte do(a) cônjuge?

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Cônjuge não acompanha	8	67
Cônjuge acompanha	4	33
Total	12	100

De acordo com a tabela 14, grande parte dos alunos “fiéis” apresenta estado civil solteiro (76%), enquanto os outros 24% são casados. Destes 12 indivíduos casados, apenas 4 são acompanhados pelo cônjuge (equivalente a 33% dos casados), e os outros 8 freqüentam a academia sozinhos ou acompanhados de amigos ou outros membros da família (equivalentes a 67% dos alunos casados).

Analisando estes dados, chegou-se à conclusão que o fator “estado civil” também não apresenta relação direta com a fidelidade dos alunos à academia, podendo influenciar como um fator secundário ou motivador, porém definitivamente não obrigatório para a aderência a prática de exercício físico na academia.

Tabela 16 – Grau de instrução dos alunos fiéis

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Ensino fundamental completo	5	10
Ensino médio completo	19	38
Ensino superior completo	20	40
Pós graduação	4	8
Mestrado	1	2
Doutorado	1	2
Total	50	100

Analisando as respostas da questão 4, estratificadas na tabela 16, as variações no grau de instrução dos alunos é significativa, e apresenta-se da seguinte forma: 10% dos alunos possuem Ensino Fundamental completo, 38% possuem Ensino Médio completo, 40% possuem Ensino Superior completo, 8% apresentam Pós Graduação completa, e apenas 2% apresentam Mestrado ou Doutorado concluído.

Aprofundando a análise desta questão, o grau de instrução não representou ser diretamente um fator de aderência ao exercício físico nas academias, porém este influencia diretamente nas justificativas e fatores de motivação relacionados pelos alunos. Por exemplo: no caso de “resultados obtidos”, o grau de instrução independe, e correlaciona a aderência de todos os alunos que atingiram de fato seus resultados (como será analisado na tabela 19). Em contrapartida, a compreensão das instruções técnicas dos professores, a qualidade dos serviços oferecidos e o contato direto entre aluno e gerência (para exposição direta de idéias, críticas, elogios e discussão de estratégias) ocorrem significativamente em maior escala por parte dos alunos com maior grau de instrução, por acompanharem e compreenderem melhor a estrutura e funcionamento da academia.

Tabela 17 – Há quanto tempo os alunos fiéis praticam exercícios físicos

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Entre 1 e 2 anos	12	24
Entre 3 e 5 anos	19	38
Entre 6 e 10 anos	8	16
Mais de 10 anos	11	22
Total	50	100

Considerando as diferenças de faixa etária dos alunos questionados, esta questão também obteve respostas heterogêneas. Como os questionados já estavam matriculados na academia há pelo menos um ano, não houve prática de atividade física contínua inferior a 12 meses. Vinte e quatro por cento dos alunos pratica exercícios físicos entre 1 e 2 anos (provavelmente por serem mais novos, ou ainda

por terem tomado a prática da atividade física em academias como um hábito “recente”), 38% dos alunos possui o hábito da prática de exercícios físicos há mais de 2 anos e menos de 6 anos, já demonstrando certa estabilidade na prática, possivelmente por terem obtido os resultados esperados com a prática da atividade física. Os indivíduos que já praticam exercícios físicos num período entre 6 e 10 anos representam 16% dos questionados; e praticantes há mais de 10 anos correspondem a 22%, parcela significativa, não somente atada aos indivíduos de idade mais avançada, mas também àqueles que incorporam a atividade física como um hábito presente e “necessário” em suas vidas, desde sua infância.

Tabela 18 – Por que os alunos fiéis praticam exercícios físicos?

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Saúde / bem estar	34	38
Sentir-se bem	13	15
Estética	12	14
Manutenção do peso corporal	10	11
Melhora no condicionamento	10	11
Melhora mental	4	4
Realização pessoal	3	3
Maior disposição	3	3
Melhora cardio-respiratória	1	1
Total	90	100

Nesta questão subjetiva, os alunos considerados fiéis à academia respondem quais seus principais motivos para a prática de exercícios. Primeiramente, com 34% das respostas, a manutenção da saúde e o bem estar contínuo foram relacionados pelos alunos, possivelmente pois atingiram seus objetivos parcial ou totalmente, e gostariam de mantê-los. “Sentir-se bem” e “Estética” ou “Emagrecer”, juntos somam 29% do total, e permitem a conclusão que qualidade de vida, saúde e estética formam a tríade de elementos motivadores que garantem a permanência dos alunos, não por dever, mas por satisfação e vontade própria dos mesmos.

Outros fatores citados pelos alunos, relacionados também à saúde física ou mental, foram: a manutenção do peso corporal (11%), a melhora no condicionamento físico (11%), a melhora no raciocínio e redução do stress (4%), a realização pessoal ao atingir seus objetivos principais com a prática da atividade física (3%), maior disposição no cotidiano e no trabalho (3%), e a melhora no sistema cardio respiratório (1%), que pode ser considerada uma subdivisão de “Melhora no Condicionamento”, somando 12%.

Tabela 19 – Fatores que garantem a frequência dos alunos fiéis à academia

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%1*	%2*
Atendimento	38	76	8
Professores	49	98	11
Administradores	21	42	5
Ambiente psicológico e social	45	90	10
Infra-estrutura	38	76	8
Equipamentos	40	80	9
Aulas	36	72	8
Limpeza	41	82	9
Localização	41	82	9
Indicação médica	7	14	2
Preço	37	74	8
Serviços extras	3	6	1
Academia ser conhecida	6	12	1
Resultados obtidos	47	94	10
Outros fatores	3	6	1
Total	452	100	100

* %1 – Porcentagem calculada em relação aos 50 questionários aplicados.

* %2 – Porcentagem calculada relacionando todos os itens assinalados.

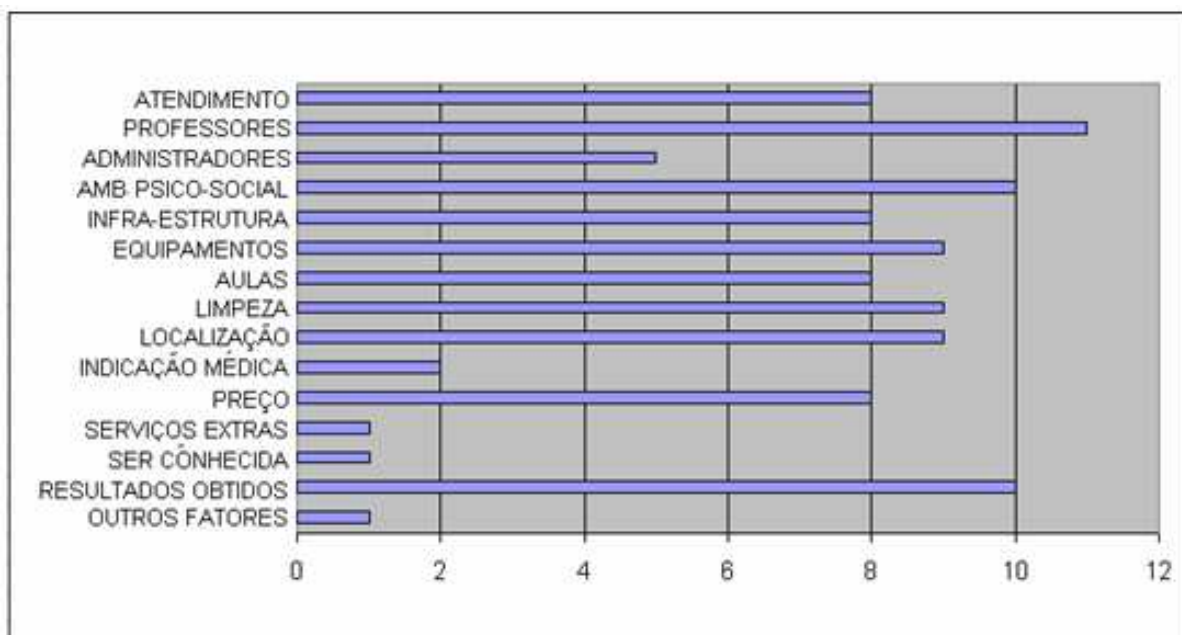


Gráfico 2 – Fatores que garantem a freqüência dos alunos fiéis à academia

Na tabela 19 e no gráfico 2, foram relacionados os principais serviços oferecidos pelas academias aos alunos. Os questionados, por sua vez, assinalaram os itens que reconheceram como fundamentais para a sua permanência (fidelização) na academia.

Dentre os fatores, os mais assinalados pelos alunos “fiéis” foram: professores (98% dos questionários aplicados); os resultados obtidos (94%); o ambiente psicológico e social (90%); a localização (82%); a limpeza e higiene de da academia e equipamentos (82%); e a qualidade dos materiais e equipamentos (80%). Em segundo plano, têm-se: o atendimento (76%); a infra-estrutura da academia (76%); o preço da mensalidade (74%); e o quadro de aulas (72%) - considerando quantidade de aulas e modalidades diferentes. Os fatores menos assinalados foram: administradores e gerência (42%); indicação médica (14%); pré-conhecimento da academia (12%); serviços extras (6%) e outros fatores (6%), que incluem: estacionamento, *baby care*, cantina, restaurante, loja de roupas e acessórios, centro de estética, entre outros.

Para os alunos “fiéis”, os professores foram considerados em 49 de 50 questionários, ou seja, representam significativamente na fidelização do aluno na academia. À longo prazo, são criados vínculos professor-aluno e aluno-aluno, que direta e indiretamente fazem com que o aluno compareça ao local de treino, mesmo que motivado somente por estes vínculos. O quadro de profissionais da academia é peça chave na retenção de alunos, e deve ser constituído com base na competência profissional e no tratamento que o profissional dá aos seus alunos, no acompanhamento e envolvimento do professor na periodização dos alunos.

Os “resultados obtidos”, por sua vez, com 94% do total de questionários assinalados, representam a fidelidade dos alunos conquistada através do próprio sentimento de “objetivos atingidos”, relatados pelos alunos fiéis como a sensação de bem-estar, disposição na realização de tarefas do cotidiano e do trabalho, e vontade de melhorar ainda mais, aprofundar suas metas e superar seu limite anterior.

O ambiente da academia também foi apontado significativamente pelos alunos fiéis (90%), por estarem à vontade e acostumados com o mesmo, além de acharem a atmosfera da academia agradável e propícia para o social e as novas amizades. A localização (82% dos questionários) foi considerada um facilitador na aderência, pois mostrou-se conveniente em relação a moradia ou local de trabalho dos alunos fiéis, o que realmente auxilia na fidelização e frequência dos alunos à academia.

A limpeza e manutenção de aparelhos de musculação, materiais de ginástica e equipamentos (esteiras, bicicletas, etc) é indicada por 82% e 80% dos questionados, respectivamente. Estes são itens imprescindíveis, que não são notados pelo aluno quando a academia mantém seus equipamentos e dependências limpos e bem conservados, porém ao perceber-se a queda na qualidade da manutenção e limpeza, passa a existir um ponto negativo que é certamente percebido e considerado pelos demais alunos da academia.

Certos fatores constituem o grupo “secundário” em número de colocações pelos alunos fiéis, a seguir: atendimento (76%); infra-estrutura da academia (76%); preço da mensalidade (74%); e quadro de aulas (72%). Juntos, estes itens

representam fatores que influenciam na manutenção e aderência dos alunos de forma indireta, e podem ser enfatizados para atrair alunos novos (promoções no ato da matrícula), para manter os antigos (planos de fidelidade e descontos), ou ainda para experimentar diferentes públicos alvo (de acordo com as novas e adaptadas modalidades para cada faixa etária ou grupos com limitações de exercícios).

O atendimento constitui-se como uma constante influência sobre os alunos, que possuem o direito de receber o melhor tratamento, independente do serviço utilizado (aulas, recepção, cantina, entre outros). Por fim, a infra-estrutura da academia é seu cartão de visita, e deve estar sempre conservada, limpa e agradável, proporcionando um ambiente agradável, além da total funcionalidade de seus serviços e atendimento da demanda de alunos sem aglomerações ou falta de materiais e equipamentos nos horários de pico de freqüentação de alunos.

Considerados fatores secundários, e não menos importantes que os anteriores, estão alguns como a gerência e administração da academia, por exemplo. Sem esta peça, toda a infra-estrutura da academia, funcionários e demais serviços sucumbem. Porém, o aluno não é fidelizado diretamente pela gerência, pois dificilmente há contato direto entre ambos com esta finalidade. Com certeza, no caso de alguma deficiência nos demais serviços prestados, o aluno realmente interessado recorrerá à gerência, e caso esta se mostre inacessível ou indiferente, começarão alguns problemas relacionados à aderência particular do aluno que não foi ouvido, ou bem atendido. Portanto, uma brilhante equipe de gerência, munida de diversas estratégias administrativas, é primordial para o ótimo funcionamento dos demais setores da academia, e para a aderência e fidelização dos alunos.

A indicação médica (14% dos questionados) pode atuar como fator motivante, ou ainda, agir como a partida para a freqüência do aluno na academia, primeiramente “por obrigação”, e no caso do gosto natural pela atividade física com o passar de algum tempo, a freqüência do aluno ao treino passa a se justificar por prazer, satisfação, entre outros fatores já citados acima (capazes de provocar a aderência e a fidelização do aluno).

Finalmente, a divulgação da academia (marketing), e em consequência disso, o pré-conhecimento da academia por parte dos alunos novos e o “status” possuído pelos alunos fiéis (com 12% do total de questionários), juntamente com serviços extras e outros fatores (6% do total cada um), constituem outros fatores acessórios na fidelização de alunos, e podem oferecer aos mesmos serviços considerados como diferenciais: estacionamento, *baby care* (berçário monitorado por funcionários), espaços de recreação para crianças, cantina e restaurante com cardápios diferenciados, lojas de roupas e acessórios para *fitness*, centro de estética, entre outros.

Tabela 20 – Alunos fiéis já freqüentaram outra academia?

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Sim	35	70
Não	15	30
Total	50	100

Tabela 21 – Por que os alunos fiéis mudaram de academia?

RESPOSTAS	FREQÜÊNCIA	%
Localização da atual é melhor	14	33
Infra-estrutura melhor na atual	8	19
Sente-se melhor na atual	5	12
Mudança de endereço ou cidade	4	10
Preço melhor na atual	4	10
Quadro de funcionários melhor	3	7
Horários melhores na atual	3	7
A academia anterior fechou	1	2
Total	42	100

Segundo a tabela 20, a maioria dos alunos questionados afirmou ter freqüentado outra academia anteriormente (70%), enquanto que os outros 30% dos alunos já se encontram matriculados há mais de um ano na primeira academia que começaram a freqüentar. Este índice confirma o percentual de rotatividade de alunos nas academias, aproximadamente 50%, que equivale a uma pessoa mudando uma vez a cada 5,7 meses (de acordo com BALCOMBE, 2005).

Analisando a tabela 21, referente às justificativas dadas para a mudança de academia, mais uma vez a localização (33% do total) é um dos principais fatores que fidelizam os alunos à academia, fazendo-os sair de um local de treino para outro, devido a melhor localização da academia atual. Em segundo lugar, a infra-estrutura (19%) também representa parcela significativa de justificativas para trocar de academia.

Em segundo plano, outros fatores como: o ambiente melhor na academia atual (12%), a mudança do aluno de endereço ou de cidade (10%), a mudança no preço ou o custo-benefício (10%), o quadro de funcionários mais qualificado (7%), o melhor horário (7%), ou ainda o fechamento da academia anterior (2%).

Estes itens demonstram algumas das inúmeras razões que provocam mudança do local de treino dos alunos fiéis, além de todos os fatores citados na tabela 19 – que quando não atendidos ou precários em qualidade influenciam na saída ou troca do aluno de academia.

5 CONCLUSÃO

A rotatividade de alunos nas academias é um fenômeno que ocorre de forma contínua, tanto com alunos recém matriculados, quanto com alunos fidelizados ao local de treino. A diferença ocorre por conta dos motivos da desistência ou troca de academia. Em alunos novos, a falta de motivação e resultados de treino imediatos podem fazer com que o indivíduo desista da prática. Com os alunos antigos, a queda de qualidade dos serviços, a mudança no quadro de professores e a mudança de horários ou de residência do aluno são os fatores que mais influenciam na saída do mesmo de sua academia.

A aderência ocorre quando as expectativas e objetivos principais do aluno são atingidos satisfatoriamente, no menor período de tempo possível, para manter a motivação e criar vínculos profissionais (devido a periodização) e afetivos (a relação professor aluno torna-se uma amizade) com o aluno. Verificou-se a relação entre aderência e rotatividade de alunos, e constatou-se a continuidade e constância do chamado “fluxo de alunos” na academia.

Neste contexto, o papel conjunto do profissional de Educação Física e do gerente da academia é manter os índices de entrada e saída de alunos em um nível homogêneo, atentando para a redução no número de desistentes e mantendo a qualidade dos serviços e a infra-estrutura adequada da academia, mesmo quando ocorre aumento no índice de entrada de alunos.

Relacionando os pontos principais que mantém um aluno matriculado e provocam sua fidelização, e comparando os resultados obtidos com a literatura, encontrou-se que a influência exercida pelos professores é definitiva na permanência do grupo de alunos “fiéis” (98% dos questionados assinalaram “professores” como um fator que garante a sua frequência na academia). Outros fatores (ver tabela 19 e gráfico 2) também foram assinalados e comentados subjetivamente, como: os resultados obtidos (94% dos questionados); o ambiente psicológico e social da academia (90%); a limpeza e higiene de ambientes e aparelhos (82%) e a localização da academia (82%).

Por outro lado, verificando as principais razões pelas quais os alunos saem ou trocam de academia, concluiu-se que estas são: a falta de resultados obtidos, a deficiência na qualidade de atendimento e a falta de infra-estrutura adequada (considerando os alunos recém matriculados). Quanto aos alunos fiéis, a saída ou mudança no local de treino ocorre principalmente devido a localização da academia em relação ao trabalho ou residência do aluno (ver tabela 21). A saída de professores também pode gerar a saída de alunos considerados fiéis, devido aos fortes vínculos profissionais e de amizade existentes entre o professor e seus alunos (ou pelo menos alguns deles). Por fim, a queda na qualidade dos serviços e na manutenção da academia, além do ambiente psico-social (que varia de academia para academia), também acarreta na perda de alunos fiéis das academias para outras concorrentes.

Conclui-se verificando os resultados que tanto os alunos novos quanto os alunos antigos esperam atingir seus objetivos na academia, sejam estéticos, de saúde, sociais ou psicológicos. E o papel do gerente de academia é fornecer ao aluno um serviço de qualidade, com uma equipe de profissionais de Educação Física qualificada, além de um ambiente de treino agradável, aconchegante e descontraído, que possua infra-estrutura adequada e ótima higiene de ambientes e equipamentos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAADE, Caroline Rezende. **Administração e marketing na atração e manutenção dos alunos em academias**. 2003, 39 f, Monografia de Graduação do Curso de Licenciatura em Educação Física – UFPR, Curitiba.

BALCOMBE, Adrian. **O seu negócio em boa forma**. Deloitte Touche Tohmatsu Ltda. São Paulo, SP, 2005

DESCHAMPS, Silvia Regina; FILHO, Luiz Antonio Domingues. Motivos e Benefícios Psicológicos que Levam os Indivíduos dos Sexos Masculino e Feminino a Praticarem o Ciclismo Indoor. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento**. 13(2): p.27 – 32. São Paulo, SP, 2005

FILARDO, Ronaldo Domingues; LEITE, Neiva. **Perfil dos indivíduos que iniciam programas de exercícios em academias, quanto à composição corporal e aos objetivos em relação a faixa etária e sexo**. in: Revista Brasileira de Medicina do Esporte – Vol. 7, nº 2, 2001.

KONIG, Karla. **A fidelização dos alunos nas academias de ginástica**. 2003, 50 f, Monografia de Graduação do Curso de Licenciatura em Educação Física – UFPR, Curitiba.

LEITE, Jurandir Araguaia Neto. **Marketing de academia**. Rio de Janeiro: Sprint, 1994.

MEIRA, Silvana. **Rotatividade e satisfação de alunos em academias de ginástica e musculação**. 1997, 29 f, Monografia de Graduação do Curso de Licenciatura em Educação Física – UFPR, Curitiba.

MOTTA, Fabio Venlioles. **Manual do gestor de academia**. Rio de Janeiro: Sprint, 2005.

NASCIMENTO, Andréa. **Fatores qualitativos que determinam a escolha e a permanência do aluno na academia**. 1997, 28 f, Monografia de Graduação do Curso de Licenciatura em Educação Física – UFPR, Curitiba.

NEGRINI, Alberto. **Normas e técnicas**. São Paulo: Manole, 1998.

PEREIRA, Julimar Luís. **Academia de ginástica: Onde estamos e para onde vamos?** In: A Educação Física e Suas Amplitudes, 1º Volume. Federação das Associações dos Profissionais de Educação Física do Paraná – FAPEF/PR, 2004, p.93.

PROCON, SP. **Academia de Ginástica - Como Escolher Academias?** Disponível em: <http://www.copacabanarunners.net/>. Acesso em Junho de 2006.

SABA, Fábio. **Aderência à prática de exercício físico em academias.** São Paulo: Manole, 2001.

SANTOS, Susan Cotrim; KNIJNIK, Jorge Dorfman. **Motivos de Adesão à Prática de Atividade Física na Vida Adulta Intermediária.** in: Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte – Ano 5, nº 1, 2006, São Paulo, SP.

ANEXOS

CARTA DE APRESENTAÇÃO

Curitiba, (dia) de (mês) de 2007.

À Academia (nome da academia)

A/C Sr. (responsável)

Prezado Senhor

Eu, Thyago Corrêa Vianna Cim sou acadêmico do último ano do Curso de Bacharelado em Educação Física da Universidade Federal do Paraná e estou realizando uma pesquisa sobre a rotatividade e aderência de alunos nas academias de ginástica e musculação, e quais os fatores psico sociais que influenciam os mesmo a permanecerem matriculados e freqüentando uma academia.

Para que esta pesquisa possa ser desenvolvida, será considerada toda informação concedida pelo responsável de cada academia, e pelos questionários respondidos pelos diferentes grupos de 10 alunos de ambos os sexos (matriculados há mais de 12 meses e menos de 3 meses).

Solicito autorização para a aplicação do questionário aos diferentes grupos de alunos da academia, e a disponibilidade do espaço da academia durante o horário normal de funcionamento para tanto.

Dessa forma, acredito estar contribuindo para a oferta de subsídios de compreensão de alguns dos principais motivos psicológicos e sociais que levam os alunos a permanecerem matriculados em uma academia.

Em anexo, envio a introdução do meu trabalho monográfico e os questionários a serem aplicados aos diferentes grupos de alunos.

Agradeço antecipadamente a colaboração e a atenção dispensada e deixo telefones de contato: (XX) XXXX-XXXX, (XX) XXXX-XXXX e e-mail de contato para retorno dessa carta: xxxxxxxx@xxxx.com.

Thyago Corrêa Vianna Cim

Registro Acadêmico: XXXXXXXX

Universidade Federal do Paraná.

Curso de Bacharelado em Educação Física.

Título do trabalho: Rotatividade e Aderência de Alunos em Academias.

Autor: Thyago Corrêa Vianna Cim.

Orientador: Julimar Pereira.

Questionário 1 – alunos matriculados há menos de 3 meses.

Objetivo: Levantar os principais fatores que levam os alunos recém matriculados a permanecerem freqüentando a academia.

1. Em que mês você entrou na academia?

2. Quais são suas expectativas perante a academia?

3. Qual seu principal objetivo ao entrar na academia?

4. O que levou você a matricular-se nesta academia?

() estacionamento

() localização

() atendimento da secretaria

() atendimento da cantina

() modalidades / tipos das aulas

() instalações

() equipamentos

() horário

() recomendação médica

() preço

() indicação de amigos

() avaliação física

() avaliação médica

() professores

() outros: _____

5. Quantas vezes por semana você freqüenta a academia?

() 7 dias

() 6 dias

() 5 dias

() 4 dias

() 3 dias

() 2 dias

() 1 dia

6. Qual (is) aula (s) você faz? Por que você faz estas aulas?

7. Como você considera a eficiência dos seguintes serviços?

Classifique seguindo a legenda:

(F) fraco; (B) bom; (M) muito bom; (E) excelente; (X) nunca utilizei este serviço

- () estacionamento
- () preço
- () instalações
- () equipamentos
- () horários
- () higiene e limpeza
- () variedade de modalidades aulas de ginástica
- () atendimento médico
- () atendimento do avaliador
- () atendimento dos professores
- () atendimento na secretaria
- () atendimento na cantina
- () atendimento do(a) zelador(a)
- () atendimento dos coordenadores ou gerentes

8. Quais dos serviços acima relacionados, não atenderam as suas expectativas iniciais?

9. Após sua experiência inicial freqüentando a academia, ocorreram modificações em sua rotina diária? Se sim, quais?

Questionário validado pelos seguintes profissionais:

1 – Professora Letícia Godoy _____ em 24/04/2007

2 – Professora Cristina Medeiros _____ em 07/05/2007

3 – Professor Julimar Pereira _____ em 09/05/2007

Universidade Federal do Paraná.

Curso de Bacharelado em Educação Física.

Título do trabalho: Rotatividade e Aderência de Alunos em Academias.

Autor: Thyago Corrêa Vianna Cim.

Orientador: Profº. Ms. Julimar Pereira.

Questionário 2 – voltado para os alunos que freqüentam a academia há mais de 12 meses.

Objetivo: Identificar os principais motivos que tornam o aluno fiel à academia de ginástica.

Idade: _____

Fuma: () sim () não

Estado Civil: _____ Se casada, o cônjuge acompanha? () sim () não

Grau de instrução: _____

Há quanto tempo você pratica exercícios físicos? _____

Por que você pratica exercícios físicos? _____

Assinale que fatores fazem com que você permaneça freqüentando a academia, sublinhe os tópicos principais em cada item e, se quiser, acrescentar algum comentário. Utilize as linhas abaixo de cada um deles.

() atendimento: as recepcionistas são prestativas e fornecem informações que eu preciso.

() professores: são simpáticos, atenciosos, corrigem os movimentos e fornecem explicações coerentes.

() administradores: são conhecidos, estão presentes na academia, são abertos a novas idéias e inovadores.

() ambiente psicológico e social: proporciona um bem-estar, ocorrendo uma sociabilização com outros alunos.

() infra-estrutura: as salas de musculação e de ginástica têm tamanhos adequados, são bem ventiladas e os vestiários são estruturados e atendem a minha necessidade.

() equipamentos: são em número suficiente, estão em bom estado de conservação e são limpos.

() aulas: os horários são convenientes, são em número suficiente e o quadro de aulas é variado.

() limpeza: ocorre nas salas de ginástica, de musculação, dos vestiários, e demais repartições da academia.

() localização: é próximo da minha casa, do meu trabalho, ou local de estudos.

() indicação médica: para prevenção e/ou tratamento de doença(s).

() preço: é acessível, possui promoções, os pagamentos podem ser feitos por períodos (trimestral, semestral).

() serviços extras: estética, sauna, espaço da criança.

() ser conhecida: pelos meios de comunicação (outdoor, jornais, revistas, rádios e TV), pela região. Por ser um ponto de referência.

() resultados obtidos: na saúde, estética, físico, psíquico e social.

() outros fatores:

Você já frequentou outra academia? () não () sim

Por que mudou de academia? _____

Questionário validado pelos seguintes profissionais:

1 – Professora Rosecler Vendruscolo _____ em 08/07/2003

2 – Professor Wagner de Campos _____ em 18/07/2003

3 – Professora Letícia Godoy _____ em 25/07/2003

Fonte: KONIG, Karla. A fidelização dos alunos nas academias de Curitiba. UFPR, 2003, Curitiba